

## Бриф на разработку дизайна упаковки ООО «Мороз»

Компания / бренд	
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	«Мороз»
Продукт	Овощные котлеты. Ассорти. 3 шт. брокколи и шпинат + 3 шт. чечевица
Торговая марка	Овощная лавка
История бренда	
Места продаж	Федеральные и локальные сети (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры), магазины традиционной розницы
Цена (розница)	115 рублей на полке
Регионы продаж	Преимущественно ЦФО
Рекламная поддержка	нет
Основные конкуренты	Овощные галеты Бондюэль, От Ильиной из брокколи, От Ильиной из чечевицы, Российская корона из брокколи
Цена конкурентов (розница)	Овощные галеты Бондюэль 197,99, От Ильиной из брокколи 104,99, От Ильиной из чечевицы 86,90, Российская корона из брокколи 129,35
Продукт	
Описание продукта	Ассорти из 2 видов овощных котлет по 3 шт. Котлеты из брокколи и шпината и котлеты из чечевицы
Главное (уникальное)	Ассорти из данных видов котлет уникально на рынке. Сочетание сытности чечевицы и пользы

<b>преимущество</b>	брокколи и шпината. Продукты из брокколи и шпината в тренде на рынке
<b>Цена</b>	
<b>Ценовая сегментация рынка</b>	Средний + дорогой
<b>Ценовой сегмент бренда</b>	средний
<b>каналы продаж</b>	
<b>Основные каналы</b>	Федеральные и локальные сети, традиционная розница, дистрибутивный канал
<b>Территориальное покрытие</b>	Преимущественно регионы ЦФО, а также Поволжья, города Сибири и Дальнего Востока
<b>конкуренты</b>	
<b>Актуальное конкурентное окружение</b>	Овощные галеты Бондюэль, От Ильиной из брокколи, От Ильиной из чечевицы, Российская корона из брокколи
<b>Преимущества конкурентов</b>	Федеральная известность и длительность пребывания на рынке. Под под ТМ ОТ Ильиной и Российская корона представлено много продукции других видов (мясные котлеты, готовые блюда), что дает дополнительную узнаваемость

<b>Недостатки конкурентов</b>	Устаревшая упаковка
<b>Цена конкурентов (розница)</b>	Овощные галеты Бондюэль 197,99, От Ильиной из брокколи 104,99, От Ильиной из чечевицы 86,90, Российская корона из брокколи 129,35

### целевая аудитория

<b>Целевые группы</b> Возраст, пол, профессии, увлечения, доход, уровень образованности, уровень культуры и т. д.	Женщины 30-45 лет, средний уровень дохода, с высшим образованием, менеджеры среднего звена, высокая доля работников социальной сферы и бюджетников
<b>Потребительские выгоды</b> Рациональные, социальные, эмоциональные.	Экономия времени Употребление вкусного и здорового продукта Приобщение к культуре православного поста
<b>Потребительские барьеры</b>	Дорого для овощей
<b>Технология принятия решения о покупке</b>	Постная продукция приобретается осознанно. Из вариантов, представленных на рынке, выбирается наиболее подходящий

Заполняется при отсутствии стратегии бренда	<b>позиционирование бренда</b>
---	--------------------------------

<b>Текущее позиционирование бренда</b>	Продукт сезонный, поэтому бренд менее важен, чем наименование
--	---

**дополнительная информация**

**Обязательные  
элементы разработки**

Акцент на посуде (сковорода, тарелка и т.д.) с готовой котлетой. Продукт должен выглядеть «вкусно»

**Референсы**

Вкусная и здоровая пицца

**технические требования и ограничения**

Лоток в трехшовной пленке с этикеткой.

**контактная информация**

**Фино**

Евтишин Павел Викторович

**Телефон, e-mail**

8 910 613 05 36 evtishin@rusmoroz.ru

**срок исполнения услуги, сумма услуги**

30 календарных дней

105 000 рублей

Согласовано:

Заказчик:



м.п.

исполнитель:

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

м.п.